

Sociopsicología del trabajo

Alicia Garrido Luque (coordinadora)

Esteban Agulló Tomás

M. Silveria Agulló Tomás

José Luis Álvaro Estramiana

Josep M. Blanch Ribas

M. Ángeles Durán Heras

Julio Rodríguez Suárez



EDITORIAL UOC

Diseño del libro, de la cubierta y de la colección: Manel Andreu

Primera edición en lengua castellana: marzo 2006

© Esteban Agulló Tomás, M. Silveria Agulló Tomás, José Luis Álvaro Estramiana, Josep M. Blanch Ribas, M. Ángeles Durán Heras, Alicia Garrido Luque, Julio Rodríguez Suárez, del texto
© 2006 Editorial UOC

Av. Tibidabo, 45-47, 08035 Barcelona
www.editorialuoc.com

Realización editorial: Eureka Media, SL

Impresión: Gráficas Rey

ISBN: 84-9788-321-7

Depósito legal: B-16336-2006

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

Capítulo V

Las esferas de la producción y el consumo

Julio Rodríguez Suárez, M. Silveria Agulló Tomás y Esteban Agulló Tomás

Las sociedades avanzadas de principios de siglo XXI se caracterizan por una serie de rasgos específicos: el avance imparable de las nuevas tecnologías, la globalización, la hegemonía de las grandes firmas multinacionales y los medios de comunicación de masas, la creciente tendencia hacia el individualismo, el hedonismo y la búsqueda de la satisfacción permanente e inmediata, etc. En este contexto, producción y consumo conforman las unidades básicas de la actividad económica. Ambos procesos han experimentado, experimentan y seguirán experimentando a lo largo del tiempo cambios sustanciales en su composición y estructura, de acuerdo con las transformaciones que tienen lugar en las sociedades y en los hombres y mujeres que las componen. Productividad y consumo son las dos caras de una misma moneda, cuyos intermediarios son el marketing y la publicidad (esta última a través de los *mass media*, aunque no sólo por medio de ellos), técnicas encargadas de hacer llegar los productos (bienes o servicios) al consumidor, tratando de satisfacer sus necesidades y, en no pocas ocasiones, creando nuevas necesidades a las que poder atender después. Y es que, por primera vez en la historia de la humanidad, la oferta se adelanta a la demanda.

Desde Keynes, la economía viene dividiendo la actividad económica en dos unidades básicas:

- *Unidades de producción*: conjunto de trabajo humano y mecánico cuya finalidad es obtener y/o transformar productos con los que satisfacer necesidades o con los que obtener productos que sirvan para obtener o transformar otros. Puede hablarse tanto de *bienes de consumo* como de *bienes de capital*.

- *Unidades de consumo*: fin último del proceso productivo; las personas adquieren y utilizan los productos y/o servicios generados por la producción con el fin de satisfacer sus necesidades.

Por tanto, todo proceso económico se inicia con la producción y finaliza con el consumo. Se trata de un proceso cíclico, en el que el ciudadano es, a un tiempo, productor (en la esfera del trabajo) y consumidor (fundamentalmente en la esfera del tiempo libre). A través del trabajo produce bienes o servicios y adquiere el capital que le permite consumir esos bienes y servicios y otros que el mercado genera. El hombre produce para poder consumir y, al mismo tiempo, consume para producir. El consumo se sitúa, pues, como el motor que impulsa la actividad económica, pero la producción continúa configurando la vida social de los ciudadanos, puesto que el trabajo sigue ocupando gran parte de su tiempo (incluso, la mayor parte de su tiempo). En cualquier caso, ambos procesos se han ido transformando, de tal forma que, desde que se estableció la sociedad de consumo de masas, los aspectos relacionados con el consumo han ido adquiriendo una mayor relevancia en el conjunto de los ciudadanos; el consumo ha pasado a formar parte de su identidad individual y social, de sus preocupaciones e intereses. Las fábricas no han desaparecido, pero han empezado a compartir con los centros comerciales el papel de ser los centros de gravedad en torno a los cuales se organiza la vida de las personas.

Los procesos productivos de las sociedades avanzadas contemporáneas han pasado de la normalización y racionalización propias de la producción de grandes series de objetos de consumo, en un mercado estable e “intocable”, a una línea productiva donde la integración y la flexibilidad asumen un papel prioritario, dentro de un mercado caracterizado por la inestabilidad, en el que los clientes participan o pueden participar en la configuración de los productos. Todo ello ha tenido lugar como consecuencia del proceso tecnológico de automatización, y se ha visto potenciado sobremanera con la irrupción implacable de Internet.

Los modelos actuales de fabricación y distribución se encuentran en un proceso de descentralización y reconstrucción, articulando alrededor de la red productiva una nueva forma de entender el trabajo y una nueva clase laboral, o, mejor dicho, unas nuevas clases laborales, formadas por una jerarquía que abarca desde una alta clase de gestión muy cualificada, con una elevada empleabili-

dad, hasta una clase marginal, por lo general subcontratada, cuya empleabilidad es prácticamente nula.

Nos encontramos, en este momento, sumidos en una paradójica realidad: por una parte, el desarrollo de las fuerzas productivas conduce a la homogeneización, tanto en los procesos productivos y en las técnicas industriales utilizadas para producir, como en los nuevos estilos de vida y las vigentes formas de consumo. Pero, por otro lado, se tiende a la diversificación y racionalización de la producción, a la llamada *producción a la carta*, una forma de producir individualizada y segmentada en la que se genera una mayor variedad de productos según las demandas concretas de los diferentes consumidores.

1. Definición: producción, producto, productividad

La *producción* es la actividad a través de la cual los seres humanos actuamos sobre la naturaleza, modificándola para adaptarla a nuestras necesidades, o, lo que es lo mismo, el proceso mediante el cual se transforman materiales en *productos* o se realiza un servicio.

El término *producción* procede del latín *producere*, que significa ‘salir, hacer, producir’. La economía se sostiene sobre el sistema productivo de las sociedades, que será el encargado de crear bienes y servicios, es decir productos, para el consumo de sus ciudadanos.

La definición que Bertrand Russell (1953) ofrece del trabajo en su ingenioso Elogio de la ociosidad no tiene desperdicio:

“Hay dos clases de trabajo: primero, alterar la posición de la materia de la superficie de la tierra, o cercana a ella, en relación con otra materia tal; segundo, mandar a otras personas que lo hagan. La primera clase de trabajo es desagradable y está mal pagada; la segunda es agradable y muy bien pagada. La segunda clase es susceptible de extenderse indefinidamente; no solamente están los que dan órdenes, sino también los que dan consejos acerca de cómo deben darse las órdenes. Generalmente, dos grupos organizados de hombres dan simultáneamente dos clases opuestas de consejos; esto se llama política”.

B. Russell (1953, pp. 19-37).

Cualquier empresa que actúe en el mercado tiene, al menos, tres funciones principales: la función comercial, encaminada a la obtención de clientes; la función administrativa, orientada a organizar la gestión económica; y la *función de producción*, que viene definida por la cantidad máxima de producto que puede obtenerse con una cantidad dada de factores productivos. Además de la transformación física que suele darse en todo proceso de producción, hay que tener en cuenta la transformación económica que se produce siempre, y que se corresponde con la transformación de la *utilidad* de un recurso a un producto final. Esta diferencia es lo que se conoce como *valor añadido*, que proporciona medios económicos al sistema productivo para invertir en nuevos recursos con los que elaborar una mayor cantidad de productos finales, generando riqueza mediante este proceso de transformación.

En este contexto, serán *productores*, pues, todas aquellas personas que participen de forma activa en el proceso de generación, distribución y venta de bienes y servicios. Su participación en este proceso será a través del trabajo (del objeto, los medios y la fuerza del trabajo), en que interviene un último factor fundamental: el capital. Mediante su trabajo, el hombre produce mercancías y obtiene dinero con el que consumir esas y otras mercancías y servicios.

Cuando hablamos de *productividad*, nos referimos a la capacidad de producir que tiene un recurso; para determinarla, se dividirá la cantidad total producida por la unidad de trabajo.

2. Metamorfosis de los procesos de producción y trabajo

A continuación, vamos a ver las diferencias fundamentales entre los sistemas de producción industriales y post-industriales, analizando las transformaciones que han tenido lugar, como consecuencia del cambio de paradigma, en los procesos de producción y trabajo.

2.1. Sistemas de producción industrial

“Puedo asegurarle que cuanto más avanza, más aprendo a apreciar este invento que teóricamente puede aumentar las fuerzas humanas hasta el infinito. Con todo, en lo

que concierne al aspecto práctico, creo poder asegurar sin incurrir en exageración que, con ayuda de este medio, un solo hombre podrá realizar el trabajo de cien”.

Esta contundente afirmación, extraída del libro de Joachim G. Leithäuser (1958), *La segunda creación del mundo*, forma parte de una carta que Denis Papin envió a Leibnitz el 23 de marzo de 1705, después de haber probado su nueva máquina basada en la bomba de vapor. Papin, junto a Savery, Newcomen y Cawley, Smeaton, y a otros muchos pensadores e investigadores, creó las condiciones necesarias para que Watt construyese la máquina de vapor, instrumento que se convertiría en la fuente de energía sucesora de las anteriores (molinos de viento, ruedas hidráulicas y norias de tracción animal). Es así como, a finales del siglo XVIII, se va dejando atrás la doctrina mercantilista imperante en Europa entre los siglos XVI y XVII, y comienza en Inglaterra el proceso que da lugar a la *Primera Revolución Industrial*; es decir, se da el gran salto (tras miles de pequeños pasos anteriores) para la constitución de la sociedad tal y como la conocemos actualmente.

La primera fase de este incipiente industrialismo se acrecienta con el uso de máquinas que ayudan a la ampliación de la productividad del trabajo. En principio, los dueños artesanos se dedicaron a subcontratar a grupos de personas para que realizasen trabajos específicos bajo su mando. Después fueron surgiendo fábricas, en las que aparece ya la figura del supervisor o capataz. Las primeras fábricas, que se establecieron en Inglaterra, estaban dedicadas a la industria textil, pues aumentó considerablemente la demanda de vestimenta por parte de una población cada vez mayor. Estas fábricas estaban impulsadas por ruedas hidráulicas. Se trataba de un conjunto de máquinas localizadas en un mismo edificio. Los propios trabajadores se encargaban de utilizarlas y repararlas. Las máquinas utilizadas en estos primeros estadios del desarrollo industrial servían únicamente para llevar a cabo una sola tarea, simple y repetitiva. La mayoría de los trabajadores eran mujeres, e incluso niños,¹ mientras que los supervisores eran casi todos hombres. Los campesinos, que comenzaron a desplazarse a las ciudades para desempeñar estas funciones, acabaron creando una nueva clase

1. Los niños empezaban a trabajar en los molinos a partir de los cinco o seis años, e incluso antes. En la década de 1790, su jornada laboral era de seis días a la semana y once horas al día, extendiéndose hasta las 16 horas en la década de 1820. No sería hasta 1833 cuando comenzasen a legislarse las restricciones en el uso infantil laboral, limitando a 69 las horas semanales permitidas para los menores de dieciocho años y a 48 horas para los menores de once.

social que se erigiría como protagonista de la *Revolución Industrial* en marcha. En pocos años, las ciudades duplicaron su población y se rodearon de barrios pobres en los que malvivían los obreros, la clase proletaria.

Se establece, de esta forma, un nuevo modo de generar riqueza: la producción fabril, fundamento del capitalismo que estaba por venir. El economista escocés Adam Smith, en su libro *Investigaciones sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*, primer gran tratado sobre economía, sienta las bases del *liberalismo económico*:

“No es por la benevolencia del carnicero, el cervecero o el panadero que esperamos la cena, sino por su punto de vista respecto a su interés propio. Nos dirigimos, no a su humanidad sino a su amor propio, y nunca les comentamos nuestras propias necesidades, sino las ventajas de ellas.”

A. Smith (1982).

Destacamos, a continuación, las principales consecuencias de esa emergente sociedad industrial:

- Aparición de los capitalistas y los asalariados (que conforman el grupo mayoritario de la población).
- Emigración masiva del campo a la ciudad, que pasa a ser generadora de la riqueza (pues en ella se desarrolla la industria).
- Aparición de crisis económicas (paro, subconsumo).
- Distribución desigual de la riqueza.
- Empeoramiento de la calidad de vida de las ciudades industriales (pobreza, contaminación, marginalidad, etc.).
- Surgimiento de una actitud utilitarista entre la mayor parte de la población.
- Diversificación de la producción de bienes.

Entre 1850 y 1860 se produjo lo que se conoce como la segunda fase del desarrollo industrial, impulsada por la expansión de la manufactura textil y alimenticia y del progreso de la ingeniería y la química, que comenzaron a

explotar las industrias del hierro y el acero, introduciendo para ello procesos de producción más complejos. Además, la aparición de nuevas fuentes de energía, el petróleo y la electricidad fundamentalmente, que conlleva la aparición de nuevos inventos como la dinamo, la bombilla o el motor de explosión, será la base sobre la que se sustente el establecimiento de la sociedad capitalista, junto a la utilización de nuevas técnicas financieras y mercantiles y la progresiva intervención del Estado en la economía.

De esta forma, el concepto de propiedad privada se acaba por imponer definitivamente y se empieza a consolidar la *economía de mercado*. Entre finales del siglo XIX y principios del XX tiene lugar un incremento intensivo de la producción industrial y de la racionalización productiva y un protagonismo económico de países no europeos, como Estados Unidos y Japón, hechos que aceleran el proceso de industrialización, dando lugar a la *Segunda Revolución Industrial*, generadora de la gran industria moderna. La mejora de los transportes y las comunicaciones, y, sobre todo, la introducción en las fábricas norteamericanas en los primeros años del siglo XX de nuevas técnicas racionalizadas de la organización del trabajo, como la cadena de montaje o la producción en serie, permitieron que se lograsen estos avances.

Tanto Taylor como Ford introdujeron la especialización de funciones, la fragmentación de tareas y la medición de tiempos y movimientos como pautas organizacionales que posibilitaron la producción en serie. En concreto, algunas características del *taylorismo* son la reducción de la mano de obra directa (automatización), la utilización de una economía de tiempos (en la que destaca la importancia del “cronómetro” en el proceso productivo), el control, la eficacia, la predicción y la uniformización del producto. Los marcados aspectos burocráticos de esta forma de producción pueden separarse en dos: el encadenamiento escalar y la unidad de mando; su implicación estructural para la empresa será la forma piramidal de organización. El doble objetivo del taylorismo fue poner en marcha técnicas que incrementaran la productividad, y lograrlo a través de una buena organización y administración empresarial, defendiendo el establecimiento de incentivos en la producción.

Por su parte, el fordismo, que recibirá el nombre de *organización científica del trabajo*, supone la culminación del taylorismo. Trata de establecer sistemas objetivos para evaluar el rendimiento individual de los trabajadores, determinan-

do su producción en función del tiempo y el método requeridos para producir una única unidad de producción. Se puede definir el fordismo como

“la producción en serie en el modelo de cadena de montaje, al utilizar maquinaria con fines especiales y, principalmente, trabajadores no cualificados en una división del trabajo basada en una fragmentación de tareas cada vez mayor. La era fordista se caracteriza por la dominación de los mercados de masas y por bienes estandarizados que se mantienen durante largo tiempo. El fordismo surge de la eficiencia tecnológica de la producción planificada, que se basa en la separación entre concepción y ejecución, y de la eficiencia económica de fábricas de gran escala. El fordismo viene dominado por la lógica económica, la lógica de la ventaja comparativa y del funcionamiento del mercado”.

P. Hirst y J. Zeitlin (1991, pp. 13-14).

Estas nuevas formas de la organización productiva, que habían activado la producción en masa de bienes, intensificaban el esfuerzo que debían desarrollar por parte de los obreros (cómo no recordar aquí a Chaplin, que tan brillantemente denunció los pesares del trabajo en cadena en su inolvidable *Tiempos modernos*), lo que generó un principio de resistencia laboral, que acabó originando la consolidación de nuevos movimientos sociales como el socialismo y el sindicalismo. Hay que tener en cuenta que, debido a la férrea disciplina, organización y acuerdo que demanda el proceso continuo de la producción en cadena, este sistema productivo no puede funcionar cuando existen altos grados de conflictividad, razón por la cual las empresas se ven en la obligación de pactar con los movimientos obreros, a través de los sindicatos.

2.2. Sistemas de producción post-industrial

Tras los felices años veinte y el consiguiente periodo de depresión económica, se inicia, en torno a los años cincuenta o sesenta, un proceso acelerado de cambio tecnológico que significaría una nueva revolución tecnológica, y que se ha hecho especialmente considerable en la última década del siglo XX. Tanto es así que ha sido conceptualizada por algunos autores como la *Tercera Revolución Industrial* (Finkelstein, 1991). Los indicadores macroeconómicos comenzaron a mostrar tasas de crecimiento sin precedentes hasta entonces, tanto del producto

como de la productividad y del consumo. Esta situación generó lo que hoy se conoce como *sociedad post-industrial*, concepto introducido por Bell (1973) y desarrollado un año más tarde por Touraine (1973). Ambos autores se refieren también al concepto de *sociedad de la información*, pues observaron en la información un ingrediente clave de la nueva sociedad post-industrial. Esta nueva revolución industrial y tecnológica trae consigo un cambio del paradigma tecnoeconómico, que ocasiona un complejo proceso de adaptación cultural y organizativa. La situación central de la economía ya no se encontraría en la “transformación de átomos”, sino en el “procesamiento de bits” (Negroponte, 1995).

Repasemos ahora, a partir de la recapitulación realizada por García Ferrando y Salcedo (1998), las dimensiones que caracterizan a esta *sociedad post-industrial* según la visión de Bell:

a) Sector económico: Preponderancia del sector terciario, se pasa de una economía productora de mercaderías a otra productora de servicios. Si añadimos el hecho de que los consumidores emplean una parte de su renta cada vez mayor en consumir servicios (transportes, diversiones, cuidados personales, etc.) en vez de objetos, en la expansión que los servicios colectivos están viviendo encontramos una de las principales características de la sociedad post-industrial. El consumo de los objetos procedentes de la industria adquirirá una importancia relativamente menor. Uno de los aspectos que ha impulsado el crecimiento del sector terciario ha sido el aumento del tiempo de ocio, al estabilizarse, tras la Segunda Guerra Mundial, la jornada laboral en torno a las cuarenta horas semanales. En su tiempo de ocio, el hombre compra y consume bienes y servicios que son el motor de los procesos de producción.

b) Distribución ocupacional: preeminencia de las clases profesionales y técnicas en la distribución ocupacional. Cada vez en mayor medida se emplea a personas únicamente cuando hace falta “juicio humano, empatía y creatividad” (Inglehart, 1991).

c) Principio axial: centralidad del crecimiento teórico como fuente de innovación y formulación política de la sociedad. El trabajo teórico anterior a la producción se hace cada vez más indispensable, marcando la labor de las industrias de base científica.

d) Orientación futura: control de la tecnología y de las contribuciones tecnológicas. Se trata de planificar adecuadamente el desarrollo y uso de las nuevas tecnologías para poder controlarlas y regularlas, de manera que se superen los efectos adversos producidos por ciertas aplicaciones de algunas de estas nuevas tecnologías.

e) Tomas de decisión: creación de una nueva tecnología intelectual aplicable a la toma de decisiones; decisiones que serán (son) adoptadas en mayor medida por las máquinas (a las que Jesús Ibáñez, 1997, denomina *máquinas de dirigir*).

El propio Bell (1980) afirmará posteriormente que, en esta sociedad de la información, las telecomunicaciones y los ordenadores serán decisivos para: “la forma en que se realizan los intercambios sociales y económicos, se crea y obtiene el conocimiento y el carácter del trabajo y las organizaciones de los hombres”. Las teorías de Touraine (1973) carecen del optimismo del punto de vista de Bell; nos advierte este autor de la subsistencia de una fuerte alienación y de la profunda transformación de las formas de “dominación social”, que vendrían representadas por la “integración social”, la “manipulación cultural”, y la “orientación hacia el poder”, características propias no sólo de las sociedades capitalistas, sino también de las socialistas. Touraine introduce el término *sociedad programada*, en alusión a la naturaleza del trabajo y de la actividad económica.

En los años setenta, las grandes industrias fordistas y tayloristas entran en una grave crisis, teniendo lugar una redefinición de las características de los mercados y del modelo de competencia, que evoluciona hacia el aumento de la oferta en cada segmento de mercado, la mejora de la calidad y la introducción continua de nuevos productos en el mercado.

El *postfordismo* rompe con la forma anterior de conceptualizar el trabajo; conlleva una serie de innovaciones técnicas y organizacionales que determinan una nueva forma de organización industrial. Su origen hay que buscarlo en los cambios de mercado que tuvieron lugar en la década de los setenta, que impulsaron a las empresas a buscar soluciones organizativas y tecnológicas para responder a la nueva situación.

Hay que diferenciar entre postfordismo y *neofordismo*. Esta segunda forma de organización del trabajo representa una reinterpretación del paradigma fordista, que significa un desarrollo de la producción en serie hacia la diferenciación

de productos (también mediante la automatización, la flexibilidad de los procesos y el uso de las tecnologías de la información), pero, a diferencia del postfordismo, se asienta sobre las bases definidas en la era fordista, no supone ninguna ruptura o cambio en la forma de entender el trabajo.

A finales de los años ochenta la compañía sueca Volvo aplica un nuevo sistema de producción: *el enfoque socio-técnico*, también denominado con otros nombres como *modelo sueco*, *producción reflexiva* u *organización del trabajo centrada en el recurso humano*. La primera experiencia consistió en abolir los tradicionales sistemas de producción que tenía en una de sus plantas, pasando a realizarse la producción en varios talleres con grupos de entre siete y diez trabajadores. Los trabajadores realizaban distintas tareas de contenido variado, dándose intercambios de información y conocimientos entre los trabajadores y los ingenieros y un mayor grado de autonomía para los montadores que en las plantas tradicionales (Sandberg, 1995). La informatización de los procesos de producción permite asegurar la fluidez y la cohesión de los grupos.

Ante la visión taylorista y fordista, según la cual la productividad máxima de una instalación estará en función de la productividad del trabajador individual en su puesto, el enfoque socio-técnico aporta una visión sistémica de la organización, que propone optimizar las actividades y los procesos en vez de únicamente las tareas. Desde esta posición se resalta la influencia mutua entre los factores sociales y los factores tecnológicos; se tienen en cuenta las dimensiones sociales del grupo de trabajo, con el objetivo de lograr las relaciones satisfactorias entre sus miembros.

Tabla 5.1. Algunas diferencias básicas entre los enfoques tradicional y socio-técnico de organización del trabajo (Garmendia y Parra Luna, 1993)

	Enfoque tradicional	Enfoque socio-técnico
Contenido del trabajo	Fragmentos	Módulos
Actividad	Rutinaria	Variada
Procesos	Determinados	Estocásticos
Unidad organizativa	Puesto individual	Equipo
Taller/oficina como...	Sistema técnico con "servidores" humanos	Sistema socio-técnico con "recursos" humanos

	Enfoque tradicional	Enfoque socio-técnico
Información	Ascendente y descendente	Horizontal y funcional
Toma de decisiones	Individual y jerárquicamente centralizada	Delegada en el equipo
Procedimientos	Fijos	Flexibles
Aprendizaje	Preestablecido y estable	Improvisado y permanente Reciclaje
Planificación/control y mantenimiento	A cargo de especialistas ajenos al puesto	A cargo del equipo preferentemente
Cultura	Individualista	Corporativa

Por último, desde los años sesenta se comienza a utilizar un nuevo método de producción: el *toyotismo* o sistema de producción ligera (*lean production*), que surge en Japón, revolucionando los sistemas de aprovisionamiento y producción de las grandes empresas. La *escuela japonesa* persigue la reducción permanente de costos y basa su reorganización de los procesos productivos en dos principios:

1) Utilizar grupos multifuncionales que administren la calidad en los puestos de trabajo y seguir la filosofía del *just in time*; esto es, programar la producción a partir de lo que se ha vendido; de esta forma, el proceso de producción se origina en los proveedores y no en la fábrica. La producción bajo *stocks* hace que, para abaratar los productos, se requiera realizar sobre ellos operaciones muy semejantes, lo que implica que los productos finales sean muy parecidos, mientras que un sistema de fabricación como el *justo a tiempo* trabaja sin apenas *stocks*. Se trata de que los frecuentes cambios de series se realicen en tiempos mínimos, agilizando los procesos de gestión, mediante la simplificación de los procedimientos técnico-administrativos (utilizando, en lo posible, sistemas informatizados en tiempo real), y cediendo a los propios operarios de producción el control de calidad. Al reducirse los *stocks*, se reduce drásticamente el almacenaje tanto de materias primas como de productos intermedios y productos finales.

2) Para llevar a cabo todo esto se debe fragmentar el proceso de trabajo en diversas fases, de manera que se pueda externalizar la producción (el trabajo) entre diversos espacios productivos. La gran herramienta organizativa que regu-

lará todo el proceso productivo será el *kanban*, que puede definirse como el “sistema de información para controlar de modo armónico las cantidades producidas en cada proceso” (Garmedia, 1993). Todo ello implica una serie de cambios en la forma de trabajar:

- Control cuantitativo, flexibilizando la producción de acuerdo con las fluctuaciones mensuales y hasta diarias de la demanda.
- Control cualitativo en el que un proceso controla al contiguo.
- Cierta polivalencia del personal exigida por una producción flexible.

Una de las críticas que se llevan a cabo del sistema *justo a tiempo* es que sigue habiendo muchos supervisores que toman las decisiones.”

J. A. Garmendia y F. Parra Luna (1993).

Para no extendernos más, puesto que durante todo el capítulo desarrollaremos las peculiaridades de los nuevos procesos productivos, mostramos en la tabla 5.2 la diferencia detallada entre las características que integran la etapa industrial y las que definen a la etapa post-industrial.

Tabla 5.2. Comparación de las características asociadas con la industrialización y la post-industrialización (Hatch, 1997)

	Industrial	Post-industrial
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> – Estado nación regula las economías nacionales – Mercadotecnia en masa – Estandarización – Estado benefactor 	<ul style="list-style-type: none"> – Competencia global – Descentralización del capital respecto a la nación-Estado – Fragmentación de los mercados y descentralización de la producción – Alza de las decisiones del consumidor, demanda de bienes personalizados – Surgimiento de movimientos sociales, política de problemas singulares, clase de servicio – Pluralismo, diversidad y localismo
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> – Producción en masa a través de líneas tayloristas/fordistas – Rutina – Manufactura por resultados (final de línea) 	<ul style="list-style-type: none"> – Manufactura flexible, automatización – Uso del diseño, producción y control de inventarios por ordenador – Sistemas justo a tiempo (<i>just in time</i>) – Énfasis en la rapidez y la innovación – Resultados basados en información/servicio

	Industrial	Post-Industrial
Estructura social	<ul style="list-style-type: none"> – Burocracia – Jerarquía con énfasis en la comunicación vertical – Integración vertical y horizontal – Concentración en el control 	<ul style="list-style-type: none"> – Nuevas formas organizacionales (redes, alianzas estratégicas, organizaciones virtuales, franquicias, <i>joint ventures</i>) – Jerarquías más planas con comunicación horizontal y responsabilidad administrativa mutua – Dependencia extensa (<i>outsourcing</i>) – Mecanismos de influencia informales (participación, cultura, comunicación) – Desintegración vertical y horizontal – Pérdida de límites entre funciones, unidades y organizaciones
Cultura	<ul style="list-style-type: none"> – Celebra la estabilidad, la tradición y la costumbre – Valores organizacionales: crecimiento, eficiencia, estandarización y control 	<ul style="list-style-type: none"> – Celebración de la incertidumbre, la paradoja y la moda – Valores organizacionales: calidad, servicio, diversidad e innovación
Estructura física (espacio-tiempo)	<ul style="list-style-type: none"> – Concentración de la gente en poblaciones industriales y ciudades – Local, orientación nacionalista – El tiempo es lineal 	<ul style="list-style-type: none"> – Desconcentración de la gente – Reducción del tiempo de transporte que alienta la orientación global e internacional – Implosión de la dimensión temporal (ciclo de vida de productos más cortos llevan a la simultaneidad)
Naturaleza del trabajo	<ul style="list-style-type: none"> – Rutina – División del trabajo – Especialización funcional de tareas 	<ul style="list-style-type: none"> – Frenética, compleja – Habilidades basadas en el conocimiento – Grupos de trabajo interfuncionales – Mayor énfasis en el aprendizaje – Mayor dependencia externa, subcontratación, autoempleo, y trabajo por redes (<i>teleworking</i>, fax, celular, Internet)

2.3. Las transformaciones del trabajo

Las transformaciones producidas por las tecnologías de la información y la comunicación en los sistemas productivos junto al avanzado proceso de globalización que en la actualidad define los mercados han hecho que nos encontremos

mos hoy ante un nuevo escenario laboral, marcado por la incertidumbre y la inestabilidad.

Las nuevas formas de trabajo se definen por la propia globalización, por su especialización flexible, por su uso de la tecnología de la información, por las tecnologías de producción flexibles de la que se acompañan, etc. De esta forma, la organización tradicional del trabajo

“pensada y diseñada para producir en grandes series, aparece ahora rígida ante la inestabilidad e incertidumbre de los mercados. Por tanto, son ahora las propias empresas las que ensayan la introducción de nuevas formas de organización del trabajo, que introducen nueva tecnología versátil, revisan el grado de división del trabajo y, por ende, las cualificaciones y los modos de usos de la fuerza de trabajo. Ahora los objetivos empresariales pasan por reorganizar el proceso productivo, flexibilizar el ciclo de producción, diversificar la misma, mejorar la calidad y la productividad”.

A. Martín Artiles (1999).

La *flexibilidad laboral* que imponen las nuevas formas de producción puede definirse como “los ajustes de efectivos de la mano de obra, salarios y horarios de trabajos, etc., a una coyuntura que ha pasado a ser inestable y fluctuante” (Meulders y Wilkin, 1987). Esta flexibilidad trata de eliminar o reducir la rigidez de la legislación laboral, en beneficio de una relación directa entre el trabajador y el empresario, condicionada por los movimientos de la oferta y la demanda. La flexibilidad laboral configura las nuevas formas de contratación y la desregulación de los horarios, del salario, de la estabilidad y de la Seguridad Social.

Así las cosas, las fuerzas de trabajo se segmentan, produciéndose la llamada *dualización*, que supone la aparición de dos clases de trabajadores bien diferenciados: un colectivo de trabajadores altamente cualificados, que posee unas buenas condiciones de trabajo y una alta empleabilidad, por una parte, y un sector descualificado mucho más desprotegido, regido por la incertidumbre y la precariedad laboral, por otra. Más adelante, profundizaremos en esta dualización en la gestión de la fuerza de trabajo.

En este nuevo escenario tecnoglobal, el trabajo se individualiza, reorganizándose a través de procesos como la *ampliación* y el *enriquecimiento de tareas*, añadiendo tareas a un puesto individual.

Otra de las características que definen el nuevo escenario laboral es la reducción del tiempo laboral en el ciclo vital de las personas, lo que supone una serie de transformaciones:

- “– Percepción y organización de los tiempos de trabajo y de no trabajo en la vida personal, familiar y social.
- Visión y experiencia de la cotidianidad.
- Valoración del trabajo como circunstancia, función y proyecto existencial.
- Representación social de los estadios no laborales de la vida adulta, especialmente de una etapa de invención reciente por la que pasa un cada vez mayor número de personas: la de la obsolescencia (etiqueta aplicable a una nueva transición crítica y psicosocialmente estresante), a la que se ven abocadas personas ya mayores de cincuenta años, pero aún demasiado jóvenes para ser consideradas *jubiladas normales*.”

J. M. Blanch (2001).

Para terminar este apartado, no podemos dejar de mencionar el debate surgido alrededor del supuesto “fin del trabajo” (en el que participan autores como Gorz, o Rifkin), que, en todo caso, y en su versión más drástica, parece más bien una ingenua deducción teórica, que evidencia, eso sí, la situación que parece estar produciéndose en realidad: una transformación del significado (o significados) del trabajo, que nos lleva a hablar, de nuevo, de los conceptos de *diversidad* y *flexibilidad*. El trabajo adquiere, así, un nuevo significado y juega un nuevo papel en la vida de los trabajadores de las sociedades avanzadas contemporáneas, tanto en la esfera social como en la personal, aunque no ha dejado de ser un elemento central y centralizador, y continúa situándose como una de las principales fuentes, si no la principal, de formación de la identidad individual y colectiva. Tal y como afirma Castells (1998), la principal cuestión laboral en la era de la información no es el fin del trabajo,² sino la condición de los trabajadores.

2. En 1516 Tomás Moro aventuró la posibilidad, impensable en su época, más cercana hoy día, de trabajar una media de seis horas diarias; un siglo después, Tommaso Campanella, y cuatro más tarde, Bertrand Russell creyeron que no harían falta más que cuatro horas; desde posturas tan opuestas como el marxismo (Lafargue) y el capitalismo (Keynes) se reduce la cifra a tres horas de trabajo al día. Algunos han llegado a presuponer la completa abolición del trabajo (Bob Black, Rifkin, etc.); pero ¿qué nos muestra la realidad? El debate está abierto.

3. Reestructuración industrial y tecnología de producción flexible

Aunque es fácil intuir a qué se refiere el concepto *flexibilidad*, en especial cuando se opone al concepto de *rigidez*, sus múltiples formas y consecuencias han empezado a generar críticas sobre los usos inadecuados del término (Pollert et al., 1991). En líneas generales, la flexibilidad puede definirse como la capacidad de adaptarse a las condiciones cambiantes; acomodarse fácilmente a ellas. Se pueden destacar dos grandes tipos de flexibilidad (Atkinson, 1986): flexibilidad macroeconómica, referida a la capacidad de adaptación del sistema productivo a las condiciones cambiantes derivadas de la crisis de los modelos productivos anteriores, y de los procesos de globalización y revolución tecnológica; y flexibilidad microeconómica, que se relaciona con la capacidad de adaptación de la empresa a las condiciones cambiantes de su propio entorno.

Una empresa será flexible cuando se acomode a las variadas y selectivas necesidades y demandas de sus clientes, tanto en el diseño y la calidad de los productos, como en las condiciones de su entrega.

Esto implica una gestión flexible del trabajo, para lo cual es imprescindible aumentar la velocidad de circulación de la información interna de las organizaciones e incrementar la movilidad interna de la plantilla de trabajadores.

3.1. Desconcentración y descentralización productiva

Como estamos viendo, el nuevo paradigma productivo tiende hacia la reducción y fragmentación de la gran empresa fordista. La nueva configuración de los procesos productivos y de la actividad laboral demanda nuevas formas de estructuración organizativa que tengan como principales características la *desconcentración* y la *descentralización*, de tal forma que permita y potencie la movilización de la cualificación colectiva y la reprofesionalización de los trabajadores, para poder, así, adecuarse a la moderna tecnologización empresarial y a la rigurosa competitividad de un mercado laboral que cada vez cambia más en menos tiempo.

La descentralización productiva está presente en todas las actividades industriales y productivas, y consiste en “aquellas medidas encaminadas a la reduc-

ción del tamaño de la gran fábrica fordista, con objeto de conseguir recuperar la eficacia del capital y mejorar el uso de los recursos" (Santos Ruesga, 1995).

Los nuevos sistemas productivos tienen en común la fragmentación del proceso de trabajo en diversas fases y del producto en distintos subconjuntos, con el fin de externalizar su producción y su trabajo entre diversos espacios productivos.

Un nuevo modelo de fábrica viene a sustituir a la gran fábrica fordista; es lo que se conoce como la *fábrica difusa* o de síntesis, en la que todo lo que no sea la actividad principal pasa a ser realizado bien por la industria auxiliar o por empresas de subcontratación. Así, los programas de reestructuración y ajuste de las grandes empresas están llevando a la *externalización* de buena parte de sus trabajos y procesos (*outsourcing*). Se trata de abaratar al máximo los costes de fabricación, para dedicar, así, todo el esfuerzo productivo a la tarea principal de la empresa. La externalización implica que la empresa ha de proveerse "desde fuera", lo que hace que dependa de otras unidades económicas de producción. De esta forma, se contrata a personal no vinculado a la empresa de forma permanente (contratos a tiempo parcial, en prácticas, por obra y servicio, etc.), lo que conlleva, por otra parte, una dependencia del mercado externo de trabajo.

La producción se redirige a los lugares donde los costes de producción y salariales son menores. A nivel local, la producción pasa de los polígonos industriales al centro de las ciudades; a nivel global, se tiende a la internalización de algunos procesos productivos, instalando fábricas en países poco desarrollados, cuya base técnica es menor, en donde los costes se reducen enormemente (esto se produce principalmente en el caso de manufacturas que no requieren tecnologías de fabricación avanzadas, pero que sí necesitan de gran cantidad de mano de obra). En cuanto a las pequeñas y medianas empresas, la descentralización productiva se ha producido con mayor intensidad en el sector servicios.

3.2. La nueva sociedad global y el trabajador-consumidor

La *globalización* puede definirse como la tendencia de las economías nacionales a ser integradas en una sola economía mundial, en la que la importancia del Estado y de las fronteras nacionales pierde, poco a poco, su sentido; sería la

etapa final del proceso de internacionalización de las economías nacionales y del proceso de desarrollo tecnológico.

El proceso de globalización se sitúa en tres momentos históricos bien definidos:

- a) en primer lugar, el mercantilismo del siglo XVII y principios del XVIII, originado a partir de los importantes descubrimientos marítimos que tuvieron lugar en esas fechas;
- b) en segundo lugar, la industrialización iniciada en siglo XVIII y sus consecuencias colonialistas y de la división internacional del trabajo;
- c) y, por último, desde la Primera Guerra Mundial hasta la revolución tecnológica que comienza tras la segunda posguerra.

El término *globalización* comienza a utilizarse ya en los años ochenta, aunque no será hasta finales de la década de los noventa cuando adquiera su mayor protagonismo, promovido por lo extendido de su uso. Hoy en día, se sigue hablando profusamente de globalización y se discute, tanto en los espacios académicos como en la propia calle, sobre la condición, positiva o negativa, de sus efectos. En los primeros años se le asignó un carácter marcadamente optimista, acentuándose sus efectos positivos, mientras que más adelante vendría una época más pesimista, donde la mayor preocupación estribaría en la constatación de que, produciéndose globalmente más riqueza, cada vez son mayores las diferencias sociales. No hay que olvidar que la globalización supone

“la interacción o interdependencia entre las naciones a través de la expansión entre las mismas del movimiento de bienes y servicios”.

M. Bekerman (1995).

Pero hay que tener en cuenta, asimismo, que la extensión del capital no se ha visto acompañada de la libre circulación de la mano de obra, lo que genera ciertas desigualdades. Y es que la globalización produce riqueza pero, al mismo tiempo, conlleva una nueva forma de producción y escenificación de la pobreza. Algunos autores destacan el hecho de que, en la actualidad, el capital se acumula sin necesidad del trabajo de una gran parte de la fuerza laboral (y menos

aún de los pobres), lo cual conduce a una situación paradójica, ya que los dos mundos están cada vez más cerca y, a la vez, se encuentran cada vez más lejos, o más bien digamos que se desencuentran.

Todas estas críticas han ido generando una adversidad hacia la globalización que ha terminado por encontrar una especie de “contrapoder mundial” en los llamados *movimientos sociales antiglobalización*, articulados a través de redes asociativas sustentadas por tecnologías de la información y la comunicación. Este contrapoder mundial es visto por algunos autores como la necesaria oposición al poder capitalista (Ramonet, 2001; Sader, 2001), mientras que son criticados desde otras posiciones por la falta de un verdadero proyecto alternativo y por su limitación a reaccionar, en muchos casos generando una innecesaria violencia callejera en sus manifestaciones.³ Beck, desde una postura moderada, que asume la globalización como el hecho real que es y prefiere aceptarla intentando controlarla antes que entrar a valorarla, recuerda

“la necesidad de una globalización responsable que permita aprovechar las oportunidades y recrear la política para que mantenga su capacidad de acción ante la economía.”

U. Beck (2000, p. 12).

En cualquier caso, este nuevo escenario tecnoglobal requiere de nuevos procesos de producción, como ya hemos ido viendo. La globalización no implica únicamente la *mundialización espacial*, sino que entraña, asimismo, una *sincronización temporal*. La sociedad red viene definida por la *inmediatez* y la *amplitud* (Castells, 1997).⁴

El consumidor ha dejado de ser un agente pasivo; consumidor y productor se funden ahora en uno: el “prosumidor” (Toffler, 1980). Una de las implicaciones más importantes de este nuevo “prosumidor” es que participa activamente en el diseño y la construcción del producto o servicio que más tarde consumirá.

3. En *La Era de la información*, Castells (1997) destaca las manifestaciones callejeras contra el gobierno francés por parte de los estudiantes de aquel país como antecedente del uso de tecnologías de la información en movimientos de protesta social.

4. Castells expone un interesante análisis de la “sociedad red”, con especial énfasis en el desarrollo y la importancia actual y futura de Internet en la lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento de la UOC, que puede visitarse en: <http://www.uoc.edu/web/esp/articles/castells/print.html>.

En consecuencia, cada vez resulta más difícil separar el mundo del trabajo y el mundo del ocio; y es que los nuevos sistemas de producción influyen directamente en la vida cotidiana de los trabajadores, tal y como explica Blanch:

“el nuevo paradigma productivo tiene, además de su multifuncionalidad técnica, económica y organizacional, una clara incidencia en la vida cotidiana general de las personas, familias, grupos, ciudades y pueblos.”

J. M. Blanch (2001).

4. Incidencia en el empleo del nuevo paradigma de la flexibilidad

Como ya hemos señalado, la flexibilidad es la característica que mejor define la situación del paradigma productivo que se da en la actualidad, teniendo su correspondiente importancia en el contexto laboral resultante. Veremos a continuación, con mayor detalle, su incidencia en el empleo.

4.1. Del cronómetro y la producción masiva al paradigma de la flexibilidad

Tras la Revolución Industrial, el reloj o el cronómetro se convierten en el referente de la producción fabril, por encima de la energía o la maquinaria utilizada. La economía de tiempos se impone en el proceso productivo; es lo que Castells (1996) denomina el *dominio del tiempo de reloj*.

A medida que el paradigma productivo y laboral se va volviendo más global, se hace más atemporal. Se hablará entonces de “flujos” en lugar de lugares y de “acontecimientos atemporales” por encima de acontecimientos cronológicos. Para adaptarse a esta nueva situación, las empresas habrán de adoptar sistemas de gestión flexibles. El peor *enemigo* de las formas tradicionales de producción en los tiempos que corren es su organización “rígida” del trabajo, que dificulta

enormemente la adaptación de los procesos productivos a las continuas e inciertas variaciones de la demanda en los mercados.

Por tanto, el nuevo régimen productivo se flexibiliza en todos sus contextos. A finales de los años ochenta, sin embargo, la aplicación de los nuevos sistemas de producción está todavía en entredicho, pues la mayor parte de las organizaciones continúa rigiéndose por sistemas de corte tradicional. Así lo muestran las investigaciones que, por entonces, se llevaban a cabo en Europa:

“Lo que muestran las investigaciones es una gran diversidad de formas de organización y división del trabajo y la consecuente distribución de calificaciones, aunque se destaque la poca funcionalidad de los viejos sistemas de organización taylorista del trabajo para optimizar los complejos ‘nuevos sistemas de producción’.”

J. J. Castillo y C. Prieto (1987).

Hay que tener en cuenta, sin embargo, que unos años más tarde tiene lugar la aparición de Internet, cuya contribución técnica y social ha permitido un mayor desarrollo de los nuevos procesos productivos y de las nuevas formas de producción, a través de fenómenos como la globalización económica y el manejo de información en tiempo real.

Actualmente, el modelo tradicional de producción continúa vigente en numerosas organizaciones, sobre todo en la pequeña y mediana empresa, aunque en muchas de ellas comienza a combinarse con nuevas tendencias de organización, fundamentalmente dirigidas hacia la horizontalización del organigrama organizativo y hacia la implicación del operario con las tareas que realiza.

Esto se lleva a cabo, principalmente, a través de un proceso de motivación (mediante medidas como tener en cuenta su opinión, etc.). Exponemos a continuación, de forma breve, algunas de las características de los nuevos sistemas de producción:

- Flexibilidad de las nuevas estructuras productivas.
- Automatización de los procesos productivos.
- Optimización del rendimiento tecnológico.
- Diversificación y racionalización de la producción.
- Importancia creciente de la información y el conocimiento.

- Integración y externalización de costes.
- Reducción de la división técnica del trabajo.
- Dualización en la gestión de la fuerza de trabajo.
- Cambios en los organigramas jerárquicos de las empresas (hacia estructuras más horizontales).
- Gestión del personal individualizada y motivadora (nuevos métodos de incentivación).
- Asunción de la importancia del aprendizaje y la formación continua y personalizada del personal altamente cualificado.

4.2. Centro y periferia de los nuevos productos (dualización, segmentación, precarización)

En el contexto actual de la globalización y la economía informacional, los criterios de selección y reclutamiento de personal también sufren modificaciones:

a) Por un lado, se buscan personas altamente cualificadas, a las que se forma y mantiene en la empresa, moviéndolas de unos trabajos a otros.

b) Por otro, se requieren los servicios de personas descualificadas, cuyas contratación se rige, por lo general, por procesos de externalización y subcontratación, y que conforman el llamado *empleo periférico*. Esto es lo que se conoce como la *dualización en la gestión de la fuerza de trabajo*, integrante y excluyente al mismo tiempo.

Las grandes empresas tienden a conocer con profundidad a sus empleados cualificados, con el fin de moverlos de unos puestos a otros y promoverlos internamente, de tal manera que la formación reglada que inicialmente tiene una persona adquiere mayor relevancia una vez que se encuentra dentro de una empresa que a la hora de buscar trabajo (Martín Artiles, 1999). Es a estos trabajadores cualificados a los que se dirige la formación interna de las empresas (técnicos, mandos intermedios, directivos, etc.), permitiéndoles desarrollar planes de carrera personalizados.

Parece claro que al de hoy no le basta con estar en posesión de un título universitario, ni de un *master* o de *trabajador cualificado* diferentes cursos especializados; esto será una condición necesaria para ser contratado, pero no suficiente. La propia empresa se encargará de otorgarle una adecuada formación y capacitación profesional, con vistas a que esté preparado para afrontar las demandas, cada vez más exigentes, de la sociedad de la información y de su nuevo sistema socioeconómico, de forma que su eficiencia y su productividad se vean acrecentadas. Esto quiere decir que en este tipo de trabajadores surge la necesidad de una formación permanente, que, en definitiva, mejorará su incorporación, desarrollo y permanencia en el mercado laboral, y garantizará su empleabilidad.

En cuanto a los *trabajadores precarios*, conforman un sector laboral mal remunerado, con una fuerte rotación y un sistema de contratación básicamente temporal, que realiza trabajos monótonos, repetitivos, sin posibilidades de formación profesional. Estos trabajadores se muestran vulnerables y vulnerados, deambulando entre la precariedad laboral y la exclusión social. Esta condición de precariedad se da más en la producción de bienes que en la de servicios, pues, por lo general, el nivel de exigencia que supone la generación de servicios es bastante superior al que supone el proceso productivo de bienes.

Este tipo de trabajadores es el que hace que las nuevas formas de trabajo no acaben de distanciarse definitivamente de los modelos tradicionales de organización laboral.

Tabla 5.3. Dimensiones de la precariedad laboral
(Agulló, 1997, 2001b)

Dimensiones de la precariedad laboral
1. La <i>discontinuidad del trabajo</i> (duración corta y riesgo de pérdida elevado, arbitrariedad empresarial e incertidumbre y temporalidad como norma, etc.).
2. La <i>incapacidad de control sobre el trabajo</i> : deficiente o nula capacidad negociadora ante el mercado laboral (tanto individual como colectivamente), dependencia, autoexplotación, disponibilidad permanente y abusiva, sumisión, etc.
3. La <i>desprotección del trabajador</i> (pésimas condiciones laborales, sin derecho a prestaciones sociales, sin cobertura médico-sanitaria, alta discriminación, elevado índice de rotación, explotación, segregación, etc.).
4. La <i>baja remuneración del trabajador</i> (salarios ínfimos, ninguna promoción ni desarrollo, formación escasa o nula, etc.).

5. La reorganización empresarial: capital humano y gestión del conocimiento

En los modelos tradicionales de producción, la dirección empresarial es vertical, jerárquica, formalista y controladora, y la mano de obra que se demanda deberá ser especializada y no cualificada, teniendo, por lo general, una escasa formación de base y dificultades para el aprendizaje.

El enfoque socio-técnico, por su parte, utiliza una dirección participativa, promotora de equipo de trabajo, que busca líderes, en lugar de jefes, y la mano de obra que requiere habrá de estar cualificada y no especializada, con una formación de base y fácilmente “reciclable”.

Además, los nuevos modelos productivos exigen necesidades crecientes de flexibilización y polivalencia en la gestión de la fuerza de trabajo.

La polivalencia y la movilidad son, en consecuencia, dos de las cualidades que habrán de tener los nuevos trabajadores. Por *polivalencia* se entiende la capacidad del trabajador para hacerse cargo sucesivamente de varios puestos de trabajo diferentes, mientras que la movilidad puede ser geográfica u ocupacional.

1) Con la movilidad geográfica se hace referencia al grado de adaptación del trabajador a los cambios en la estructura espacial de la economía, es decir, a su capacidad para cambiar de espacio geográfico donde desarrollar su trabajo.

2) La movilidad ocupacional, por su parte, alude a la adaptación del trabajador a las variaciones en la estructura de la demanda de empleo.

De esta forma, tanto la polivalencia como la movilidad requieren del trabajador una capacidad de adaptación y un aprendizaje permanente para poder enfrentarse a los cambios en los contenidos y en las formas del nuevo trabajo y a las exigencias de la nueva concepción del capital humano.

Dentro de este nuevo ámbito, las empresas ya no se valoran únicamente por los beneficios económicos que reportan, sino que comienza a valorarse también su capital humano y estructural, tanto el organizativo como el relacional. Por decirlo de una manera sencilla, lo que más se valora de una empresa no es lo que posee, sino lo que sabe: su *capital intelectual*.⁵ Un ejemplo claro de esta si-

5. Sobre el capital intelectual puede consultarse: T. A. Stewart (1997). *Intellectual capital*. Doubleday.



tuación es el de esas empresas virtuales que, pese a tener grandes pérdidas, ven cómo sus acciones se cotizan a la alza en la bolsa. La expresión “sociedad de la información” empieza a dejar paso a la de “sociedad del conocimiento”.

La *gestión del conocimiento*, como nuevo recurso estratégico a disposición de las empresas, procura poner al alcance de cada trabajador la información que necesite en cada momento para aumentar su efectividad. Se trata de aprovechar al máximo el conocimiento y el resto de competencias profesionales de cada empleado. Las razones que han llevado a la gestión del conocimiento a situarse, actualmente, en un lugar privilegiado dentro del entramado empresarial son diversas, por ejemplo: los imperativos de la competitividad, la nueva concepción integral de los recursos humanos, la existencia de un exceso de información, la creciente movilidad laboral y dispersión geográfica del personal, la renovación de los organigramas organizacionales hacia posiciones menos jerárquicas y más descentralizadas, etc.

Con el objetivo de implicar a la fuerza de trabajo en el propio trabajo y en la política empresarial, se reduce el número de departamentos y unidades, agilizándose la comunicación entre ellos. Se tiende, pues, hacia una estructura horizontal de los organigramas jerárquicos y hacia la reducción del tiempo destinado a compartir información/conocimiento entre los diferentes departamentos de la empresa. Los *círculos de calidad*, los *grupos de mejora continua* y otros procedimientos semejantes son utilizados para mejorar la calidad, el clima, la participación y la comunicación interdepartamentales.

Por otro lado, se pasa de la potenciación de los factores de motivación extrínseca (“el palo y la zanahoria”), como son las políticas basadas únicamente en la retribución, la supervisión u otras condiciones de trabajo, a los factores intrínsecos, tales como los logros, el reconocimiento, el trabajo en sí mismo, la responsabilidad, los ascensos y el crecimiento o desarrollo, los cuales están directamente relacionados con la satisfacción en el puesto.

Herzberg (1967), en su Teoría Bifactorial indica que características como las políticas y la administración de la empresa, la supervisión, las relaciones interpersonales, las condiciones de trabajo y los sueldos, pueden conceptuarse como *factores de higiene* (son factores extrínsecos al trabajo en sí). Cuando son adecuados, la gente no estará insatisfecha; sin embargo, tampoco estará satisfecha. Si deseamos motivar a la gente en su puesto, Herzberg sugiere dar énfasis a los logros, el reconocimiento, el trabajo mismo, la responsabilidad y el crecimiento.

Éstas son las características que verdaderamente motivan y satisfacen a la gente, porque las encuentran intrínsecamente gratificantes, por ello los llamó *factores motivadores* (son factores intrínsecos al trabajo).⁶

6. Tecnologías de la información, producción y empleo

Las nuevas tecnologías se muestran como el último y más importante sostén de la configuración y el *progreso* de las nuevas sociedades avanzadas. Y es que las nuevas tecnologías han irrumpido en los sistemas de producción y, por extensión, en el resto de sistemas y componentes sociales, de estas sociedades desarrolladas, de una manera significativa y contundente.

De esta forma, este fenómeno ha transformado la organización económica, política y social de estas sociedades, que han pasado a ser etiquetadas por los estudiosos y analistas bajo muy diversos nombres, además de los ya citados de *sociedad post-industrial*, *sociedad de la información*, *sociedad del conocimiento* o *sociedad programada: sociedad tecnocrática* (Brzezinski, 1970), *sociedad digital* (Mercier, Plassard y Scardigli, 1984; Negroponte, 1995), *sociedad transparente* (Vattimo, 1990), *sociedad del riesgo* (Beck, 1992), *sociedad cibernética*⁷ (Jones, 1995), *sociedad satélite*, *sociedad multimedia*, *sociedad red* (Castells, 1997), *sociedad postemocional* (Mestrovic, 1997), *sociedad teledirigida* (Sartori, 1998), *sociedad del espectáculo* (Debord, 1999), etc. Lo llamemos como lo llamemos, lo cierto es que la vida ha cambiado de manera más que significativa: los electrodomésticos, las tarjetas de crédito, el fax, el correo electrónico son “parte de la rutina diaria y van dejando nuestras huellas *digitales*” (Agulló, 1999).

Los efectos que las nuevas tecnologías de la información han tenido tanto sobre el ámbito de la producción como sobre el trabajo han sido espectaculares, dando un giro a la forma de organización empresarial y a los procesos de gestión

6. F. Herzberg (1967). *The motivation to the work*. Nueva York: John Wiley.

7. El término *cibernética* se lo debemos a Norbert Wiener, quien lo propuso en 1948 para expresar “el control y la comunicación entre el animal y la máquina”, en un libro publicado bajo ese mismo nombre. En 1984, William Gibson popularizaría el término *ciberspacio*, para describir un mundo mediatizado por ordenadores, con acceso directo a un mundo paralelo de pura información digitalizada. N. Wiener (1948). *Cybernetics*. MIT Technology Press.

de los recursos humanos de las empresas. Y es que las nuevas tecnologías se configuran como medios productivos, transformando tanto los procesos de producción y distribución como el propio trabajo, modificando en gran medida la forma en que se organizan las empresas, las relaciones sociales que se establecen en ellas, sus necesidades de personal, etc.

La aplicación de las nuevas tecnologías provoca cambios tecnológicos en todos los sectores productivos, y no sólo en el sector de servicios, donde su incorporación resulta más evidente, sino también en los sectores primario e industrial. La innovación tecnológica que conllevan el automatismo y la informatización de los procesos productivos implica que muchas de las máquinas utilizadas hasta ese momento desaparezcan o registren profundas transformaciones, lo que trae consigo cambios en los puestos de trabajo, que se dirigen ahora hacia una atención individualizada de los trabajadores; se lleva a cabo una gestión laboral más personalizada (Kern y Schumann, 1988). En esta acentuación del factor humano, la motivación laboral, la promoción interna, la formación y la recualificación se presentan como aspectos fundamentales, y cualidades como la iniciativa, la responsabilidad, la implicación, la innovación, la creatividad y la participación directa son las que más se valoran en los trabajadores de los nuevos sistemas de producción (en los trabajadores cualificados, para ser exactos).

Las nuevas tecnologías agudizan los procesos de descentralización productiva de los que venimos hablando a lo largo de este capítulo, fundamentalmente por dos razones:

- 1) en primer lugar, porque simplifican los procesos de montaje de determinados productos industriales, lo que hace que se le exija una cualificación menor a la mano de obra;
- 2) por otro lado, porque las aplicaciones específicas de las nuevas tecnologías que tienen que ver con las telecomunicaciones y la telemática permiten que se produzca un desplazamiento geográfico de algunas actividades que abaraten los costes productivos y salariales.

Además, la nueva maquinaria y la creciente informatización de los procesos productivos exigen la recualificación del personal inmerso en dichos procesos, de tal forma que las empresas se ven en la obligación de aumentar la cualifica-

ción de los controladores y de los equipos de mantenimiento. Se profundiza y amplía la competencia profesional, que se centra cada vez más en el proceso y menos en la conducción individual de las máquinas.

Cabe destacar, asimismo, que los sistemas educativos deberán adaptarse con el fin de formar adecuadamente a las personas en los requerimientos y usos de las nuevas tecnologías. Para ello, será fundamental que se procure un aprendizaje continuo, de forma que se consiga la incorporación efectiva de las profesionales en todos los sectores y procesos laborales.

Un hecho que no podemos pasar por alto es que para que se llegase a producir el vertiginoso desarrollo tecnológico fue fundamental la aparición de *Internet*, que se constituye como la base material y tecnológica de la “sociedad red”. Las *nuevas tecnologías* traen consigo cambios en la forma de vida, que se muestran en forma de:

- potenciación de lo privado sobre lo público (sobre todo por la potenciación del hogar como centro neurálgico de la vida diaria),
- en el aumento de enfermedades psíquicas,
- en el desnivel de información (especialmente por la desigualdad a la hora de tener acceso a los nuevos medios),
- en la aculturación (sería una consecuencia negativa de la “aldea global”),
- en la deshumanización (los valores tienden hacia la productividad y el consumo),
- y en el aumento del tiempo libre.

Estos aspectos son destacados por Castells, en la *Lección inaugural* del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento de la Universitat Oberta de Catalunya, cuando afirma que Internet constituye el fundamento tecnológico sobre el que se asienta la nueva sociedad, a la que él denomina, como ya hemos visto, *sociedad red*, configurándose más allá de una mera tecnología, pues es, a un tiempo, “un medio de comunicación, de interacción y de organización social”, que proporciona y procesa información en tiempo real, desarrollando toda una serie de “nuevas formas de relación social”, que no podrían difundirse sin Internet, aunque no tengan su origen allí. De esta forma, Internet viene a sustituir, en cierta medida, a las fábricas y grandes corporaciones de la era industrial.

“Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos.”

7. Definición: consumo, consumismo, consumo a la carta

El consumo es tan antiguo como el hombre. Sin embargo, hasta la aparición de los nuevos procesos productivos que trae consigo la etapa post-industrial, hasta el asentamiento definitivo del capitalismo, no se configura como el eje sobre el que gira la actividad económica de la sociedad.

El *consumo* es un proceso complejo, económico y de transformación, motor de una economía afirmada sobre la producción, consistente en adquirir o utilizar alguno de los bienes o servicios que produce una sociedad determinada, con el fin de satisfacer las necesidades inmediatas. Al consumir se destruye el objeto consumido (su valor, no necesariamente la materia en sí misma) y se cubre una necesidad insatisfecha. De hecho, consumir, que viene del latín *consumere* (derivado de *sumere*, que solía emplearse con el significado de ‘tomar’, aplicándose en muchos casos a los alimentos) significaba primeramente ‘destruir, gastar, dilapidar, agotar’. No es de extrañar, por ello, que cuando consumimos un bien lo estemos gastando (como la ropa o el coche) o destruyendo (así sucede con la comida o la bebida).

Dada la fuerte marca de su origen económico, el concepto de consumo ha generado ciertas controversias o reticencias dentro de los estudios culturales. El *Diccionario de Sociología Larousse* (1993), dirigido por Herpin, destaca en su definición de consumo que la alimentación, la ropa, el alojamiento, la sanidad y el ocio definen distintos campos del consumo y que las características del consumo están en función de las normas sociales, de los valores del grupo o de su cultura.

Consumidores serán, por tanto, todas las personas que compren bienes o servicios para su propio uso o para el uso del hogar (consumidores personales), así como aquellos que compren productos, equipamientos y servicios para administrar sus organizaciones (consumidores organizacionales).

En la actualidad, en las sociedades avanzadas, el sistema socioeconómico, con el fin de incrementar la producción (y poder, así, sostenerse), transforma las necesidades preexistentes de los ciudadanos y crea otras nuevas, de tal forma que la oferta no se adecua a la demanda, sino que es la demanda la que se ha de ajustar a la oferta. Se puede decir que, hoy, la producción crea la demanda, la demanda las necesidades y éstas el consumo. En este contexto, el consumo va más allá de la satisfacción de necesidades, incluso de las creadas artificialmente.

Para Lipovetsky (1986), el consumo es una estructura abierta y dinámica, mediante la cual el individuo se desembaraza de los lazos de dependencia social y se aceleran los movimientos de asimilación y rechazo. El consumo produce sujetos “flotantes y cinéticos” y, al tiempo que “universaliza los modos de vida”, “permite a los hombres un máximo de singularización”.

Jean Baudrillard concluye su obra *El sistema de los objetos* proponiendo la siguiente definición de consumo:

“El consumo no es una práctica material, ni una fenomenología de la *abundancia*, no se define ni por el alimento que se digiere, ni por la ropa que se viste, ni por el automóvil del que uno se vale, ni por la sustancia oral y visual de las imágenes y de los mensajes, sino por la organización de todo esto en sustancia significativa; es la totalidad virtual de todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente. En cuanto que tiene un sentido, el consumo es una actividad de manipulación sistemática de signos”.

J. Baudrillard (1999, p. 224).

Según esta definición, el consumo se ha instalado en nuestra sociedad, dividiendo a los diferentes grupos sociales según los productos que se posean y consuman. El consumo formará parte del sistema de interrelaciones comunicativas entre la sociedad (los ciudadanos) y los bienes y servicios (los productos), donde la información adquirirá un importante papel de mediación.

Integrando los postulados de las diferentes teorías sobre consumo, es posible definirlo como el lugar de la reproducción del capital y de la fuerza de trabajo, siendo tanto manipulación como intercambio de signos, y sirviendo, al mismo tiempo, como sistema de diferenciación social y simbólica y como sistema de comunicación e integración social. De esta forma, el consumo supera el mero valor de uso, la mera utilidad material, para manifestarse como consumo de signos, y adquiere valor, más allá del punto de vista económico, como un factor

cultural imprescindible para la formación de la identidad individual y social de las personas, mediante la apropiación y el uso de los productos.

Un ejemplo de la función simbólica de los bienes de consumo podemos encontrarlo en una botella de vino Vega Sicilia (por citar una marca conocida, que en nuestro país está considerada como una de las de mayor calidad). En principio, al tratarse de una botella de vino parece que su destino sería ser consumida, es decir, que se trataría de un bien de consumo perecedero, cuya vida habría de ser breve. Sin embargo, es muy posible que no sea utilizada en muchos años, o incluso que llegue a no ser abierta nunca; este hecho no implica que no pueda ser consumida simbólicamente, simplemente contemplándola, enseñándosela a las amistades, exponiéndola, etc. En este caso, aunque no se satisfará la necesidad de saciar la sed o de disfrutar de un buen vino, sí que será satisfecha la necesidad de prestigio, de ostentación, de sentimiento de pertenencia a un estilo de vida determinado o a una clase social concreta, dependiendo del valor simbólico que le asigne el dueño o la dueña de la botella.

El consumismo, por su parte, es una forma de inducción al consumo no necesario que caracteriza a las sociedades capitalistas contemporáneas, sosteniendo y acrecentando su actividad productiva.

El consumismo echa sus raíces en el momento en que “gastar” se vuelve un aspecto central en los objetivos de vida de las personas, actitud que aparece en Estados Unidos sobre los años cincuenta, culminando un proceso iniciado a principios de siglo, y se extiende posteriormente por todo el mundo occidental. La cultura consumista ha prevalecido desde entonces. Desde los años setenta, el poder adquisitivo de las familias medias occidentales ha ido en aumento, lo que ha desencadenado el incremento del gasto en nuevos artículos (cámaras de vídeo, televisión satélite y por cable, etc.) y servicios (nuevas prácticas deportivas, nuevas formas de viajar, etc.).⁸

Las nuevas tecnologías juegan un papel de enorme trascendencia en el desarrollo del proceso consumista. La expansión de la esfera cultural a través de estas nuevas tecnologías de la comunicación y el entretenimiento ha incrementado

8. La evolución del gasto en nuevos bienes y servicios que han experimentado las sociedades occidentales puede seguirse en los siguientes estudios longitudinales: B. Martin y S. Mason (1986). Spending patterns show new leisure priorities. En *Leisure Studies*, (5), 233-236; B. Martin y S. Mason (1990). Leisure in a less buoyant economy. En *Leisure Studies*, (9), 1-6; B. Martin y S. Mason (1992). Current trends in leisure: the changing face of leisure provision. En *Leisure Studies*, (11), 81-86.

sensiblemente el interés en las actividades de *no-trabajo*. La Escuela de Frankfurt es pionera en este sentido, criticando el consumismo implantado por los medios de comunicación. Adorno y Horkheimer (1972) y Marcuse (1968) observan una correspondencia entre el giro hacia el consumo y la estandarización y mecanización del ocio. Acercándose a esta premisa, surge en la actualidad una variante weberiana de la óptica marxista que había sido adoptada por los estudiosos de la Escuela de Frankfurt: la *McDonalización* de la sociedad, propuesta por George Ritzer (1999). Según este autor, la *McDonalización* sería

“el proceso mediante el cual los principios que rigen el funcionamiento de los restaurantes de comida rápida han ido dominando un número cada vez más amplio de aspectos de la sociedad norteamericana, así como de la del resto del mundo”.

G. Ritzer (1999, p. 15).

Este proceso afecta a todos los aspectos de la vida (educación, trabajo, ocio, política, etc.), y se caracteriza por la búsqueda de eficacia, el cálculo, la predicción y el control, mediante la constante reducción y sustitución del papel del hombre por la tecnología y la *irracionalidad* de la racionalización (que representa la burocracia). Para Ritzer, la probable última irracionalidad de la *McDonalización* será que las personas queden a merced del sistema y que éste llegue a controlarlos.

Por último, dentro del actual proceso de fragmentación de mercados, potenciado por el crecimiento capitalista, la producción masiva para el consumo masivo e indiferenciado no tiene cabida (al menos, hasta el punto que la tenía años atrás). En este momento se está produciendo un cambio en la demanda, cada vez más personalizada, de los consumidores, que solicitan productos diversificados, de mayor calidad y mejor adaptados a sus gustos individualizados, lo que se conoce como *consumo a la carta*. Así surge la *producción por proyectos*, en la que el control de pedidos pierde relevancia, puesto que hay uno o pocos pedidos, en beneficio de la ordenación y el control de la producción. A diferencia de los otros procesos de producción, cuya principal característica era la repetición, en un proyecto la finalidad del proceso es hacer un *producto único*; serán únicos, en tipo y cantidad, tanto los recursos empleados en su fabricación, como el propio producto final.

Las pequeñas y medianas empresas, sin embargo, no pueden, por lo general, acceder a esta forma de producción, puesto que no poseen la capacidad de llegar a acuerdos operativos con sus proveedores en virtud del volumen anual de pedidos, aunque sí pueden aplicar la flexibilidad en sus procesos productivos, la disminución de los plazos de aprovisionamiento y el método de gestión que conlleva la metodología *kanban*, con el fin de aumentar su capacidad para asumir cambios y lograr una mayor variedad en los productos que desarrollen.

8. La nueva lógica del capitalismo: tendencias, hábitos, pautas de consumo

Con la instauración definitiva del capitalismo, las sociedades occidentales acrecientan la lógica consumista que venía imponiéndose. Siguiendo a Adamovsky (2000), podemos afirmar que el capitalismo funciona en:

“cadenas extensas y desiguales de estructuras de producción integradas que se encuentran en múltiples estructuras políticas. Ello quiere decir que el capitalismo produce en su funcionamiento, dos tipos de espacios geográficos, el espacio transnacional (el mercado global) y otro nacional o limitado (el político)... provocando una escisión en el sujeto entre el espacio subjetivo de la identificación primaria (Estado) y el espacio objetivo de la experiencia del trabajo (transnacional).”

E. Adamovsky (2000).

En este contexto, tal y como afirma Attali (1981), el capitalismo:

“funciona en este espacio casi caníbal: mercancías que consumir, hombres en estado de producir y de comer. Así, el ritmo de crecimiento económico se acelera con la capacidad de consumir y producir, con la angustia de la escasez, arma capitalista, miedo a ser comido.”

J. Attali (1981).

La *moderna sociedad de consumo*, fruto de los mecanismos de la nueva lógica capitalista, estructura la vida cotidiana de las personas a partir de la “producción para el deseo”, creando necesidades individualizadas.

Para ello la *moderna sociedad de consumo* se sirve de un aparato cultural puesto en marcha por la publicidad y la comercialización, que adjudica un valor simbólico a los productos, que se superpone a su propio valor de uso. Por tanto, son las empresas quienes manipulan las preferencias de los consumidores para adecuar las demandas de éstos a sus ofertas. En esta rueda en la que la abundancia y la escasez se relacionan continuamente, la satisfacción (abundancia) no va a significar el fin de la necesidad (escasez), al menos no en términos generales, puesto que el propio sistema se encargará de engendrar nuevas necesidades, antes inexistentes, que llenar con nuevos productos o servicios.

Todo este sistema se sustenta sobre la desigualdad, la diferenciación y la clasificación social. Esta desigualdad en el acceso al consumo:

“que se asienta sobre fundamentos estrictamente económicos (desigualdad del poder adquisitivo), se encuentra, además, sobredimensionada por un *factor simbólico* que la recubre y explicita.”

L. E. Alonso y F. Conde (1994).

8.1. Transformación de los valores: creencias, hábitos y pautas

La globalización, el impacto de las nuevas tecnologías y las características de la nueva sociedad traen consigo una serie de transformaciones en las instituciones públicas y privadas, cambios en las ocupaciones laborales, y conllevan, entre otras cuestiones, las siguientes:

- el incremento del tiempo libre,
- la consolidación de nuevos sistemas de educación,
- la integración de la mujer en el mundo laboral,
- la importancia cuantitativa y cualitativa de las personas mayores
- y una nueva situación de la juventud (paro, droga).

Dentro de los cambios sociales tiene lugar una nueva orientación de los valores de la población, una transformación que se está produciendo ahora y que parece que se dará en los próximos años aún en mayor medida, tal y como se deduce de los análisis llevados a cabo hasta el momento.⁹

Según estos estudios, parece que se van dejando a un lado los sentimientos de carencia económica, mientras aparecen nuevos valores más acordes con la mentalidad neotecnológica. Bell (1973) señala que ante los valores tradicionales y obsoletos de la sociedad industrial (búsqueda de la seguridad física y material, del éxito personal y la conformidad individual, de la preocupación por el *estatus* y el acatamiento de la autoridad), la emergencia de la sociedad postindustrial conlleva por parte de la población un deseo de cambio y atracción por todo lo que sea nuevo, la búsqueda de una mayor realización personal, un mayor sentido hedonístico y lúdico de la vida, una búsqueda de raíces y una mayor sensibilidad por la naturaleza.

Unos años más tarde, Inglehart (1991) llega a la conclusión de que en la sociedad industrial avanzada los jóvenes tienden a ser sensiblemente más postmaterialistas que los mayores y que el reemplazo intergeneracional que se produjo entre 1970 y 1987 incrementó la población postmaterialista entre las poblaciones occidentales; esta situación sugiere la posibilidad de que estemos en presencia de un amplio cambio cultural, en el que una visión del mundo reemplaza a otra. Inglehart advierte, no obstante, de la falta de constatación empírica de este cambio, aunque asegura que lo que sí está demostrado es el relevo intergeneracional (que es en gran medida el hacedor de tal cambio) que se está produciendo. El autor encuentra que en la sociedad postmaterialista a la hora de buscar la felicidad se tiende marcadamente a dar relevancia a “las actividades socialmente útiles e interesantes, el ser estimado por los demás, llevarse bien con los amigos y el ocio” (1991). Mientras, los materialistas tendían en mayor medida a dar importancia al “matrimonio, la vida familiar, los niños, la salud y el tener dinero suficiente”. Será, pues, la calidad de vida la que pase a centrar la preocupación de la sociedad actual, incrementándose el interés por el medio ambiente, la autoestima, la cultura y otra serie de variables.

9. Entre los estudios más relevantes sobre la transformación de los valores en las nuevas sociedades, véanse las obras siguientes de la bibliografía: Bell (1973); Inglehart (1991); Kaiero Uría (1994); Díez Nicolás e Inglehart (1994); Castells (1997); Fukuyama (1999); González Rivero (1999).

8.2. Consumo y estilos de vida

Los *estilos de vida* pueden definirse como la suma de patrones que estructura la organización del tiempo, el sistema social de relaciones y las pautas económicas de consumo; es decir, como un conjunto de consumos, hábitos, producciones y prácticas culturales, de ocio y de tiempo libre a través de los cuales cada persona organiza su vida cotidiana.

Lo que caracteriza al estilo de vida, como forma moderna, es

“la iniciativa, por parte del individuo, de recrear su cosmos social personal y diferenciado, en lugar de aceptar acrítica y pasivamente el cosmos social existente en el exterior de su medio ambiente, pero, al mismo tiempo, garantizando su pertenencia significativa a él”.

J. I. Ruiz Olabuénaga (1994).

Las actividades de ocio, la ropa que se utiliza, la comida y bebida que se consume, la casa, el automóvil, etc. son indicadores de la individualidad del gusto y del estilo de vida al que pertenece el consumidor.

Esta nueva concepción de los estilos de vida los relaciona con el *habitus* del que ya venía hablando Bourdieu desde 1979, y que se refiere, asimismo, a un sistema de disposiciones perdurables y transferibles, que integran todas las experiencias pasadas y que funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apariencias y las acciones de los agentes frente a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir. El *habitus* se relaciona con la importancia de conocer los nuevos bienes, el valor social y cultural que poseen y su apropiada utilización.

Cabe destacar, por último, la homogeneidad que estos estilos de vida tienen hoy en día; todas las personas, en mayor o menor medida, realizan las mismas actividades (tales como salir con los amigos, ver la televisión, hacer deporte), aunque pueden establecer “identificaciones diferenciales” dentro de ellas (como, por ejemplo, acudir a bares u otros lugares característicos, ver unos programas televisivos y no otros, practicar distintos tipos de deporte, etc.). No sólo eso. Además, a consecuencia de la globalización, en todas partes del mundo se demanda (y se oferta) la misma clase de productos, en lo que se conoce como *plu-*

realización del consumo (Levitt, 1989), aunque dentro de esa misma clase de productos, cada consumidor realiza sus demandas de forma personalizada (se solicitan los mismos productos, pero diversificados, adaptados a los gustos individualizados de cada consumidor), lo que resulta sin duda, paradójico.

8.3. Nuevas formas de consumir y nuevos bienes de consumo

En los últimos tiempos se ha pasado del consumo moderado de bienes de primera necesidad a un consumo superfluo y desenfrenado de toda clase de productos y servicios, muchos de ellos presentados bajo una falsa apariencia de *necesidad*, ya que, por lo general, vienen a llenar huecos que no había y que la propia industria crea, a través de estrategias de marketing y publicidad, utilizando para su difusión los medios de comunicación.

Estos productos serán pronto cambiados por otros (aunque sigan siendo útiles, dejarán de ser originales o actuales), mediante procesos incentivadores del consumismo como la moda (formas de homogeneización de gustos y comportamientos). En este sentido, este cambio constante de las mercancías hace que en las sociedades occidentales contemporáneas sea más difícil descifrar el estatus o el rango del consumidor o portador de esas mercancías, pues lo que ayer representaba a un grupo social determinado y tenía asignado un valor simbólico concreto, puede hoy constituir la imagen y el símbolo de otro.

El crédito al consumo y las compras a plazos, unidos a la proliferación de las *tarjetas de crédito* y al uso masificado, casi imprescindible, de los *cajeros automáticos*, han favorecido la consumación de la sociedad consumista en la que nos movemos actualmente. La nueva filosofía consumista parece querer decirnos: "Compro, luego existo". Al mismo tiempo, otras nuevas formas de consumir, como el servicio a domicilio de los más diversos productos, las compras por Internet o la televenta (que llega a ser interactiva en la televisión por cable) conforman una oferta casi inagotable que nos permite comprar desde cualquier sitio, hacerlo por ejemplo sin movernos de casa, aumentando así las posibilidades de consumo hasta límites hasta hace poco tiempo insospechados.

Por último, la enorme importancia que los nuevos *centros comerciales* o las grandes superficies están adquiriendo en la estructura de las sociedades contemporáneas occidentales hace que requieran un análisis particular.

“En el centro comercial uno se siente seguro, a salvo: ni siquiera hay que comprar, lo principal es que estés allí, que te acostumbres a encontrar en ese lugar la posibilidad de que todos tus deseos pueden ser satisfechos y, naturalmente, tus deseos bajan mucho de nivel.”

J. Saramago. Entrevista en *El Cultural* (27-12-2000).

Las grandes tiendas y galerías aparecen en París a mediados del siglo XIX, extendiéndose después a otras grandes ciudades. Representaban lo que Benjamin (1982) denominó los nuevos *mundos oníricos*, en donde las mercancías se exhiben fantasmagóricamente, siendo renovadas cada poco. A partir de ahí, su desarrollo se debe, especialmente, al estilo de vida americano, que fue configurando la vida de los estadounidenses alrededor de ellos. Y desde allí han acabado por invadir los espacios europeos, a pesar de que países como España, por su propia idiosincrasia parecían muy alejados de ese tipo de ocio y de consumo. En cualquier caso, no cabe duda de que los centros comerciales han pasado, en los últimos años, a ocupar un lugar cada vez más relevante en todas las sociedades modernas occidentales, conformándose como espacios lúdicos en los que gente de todas las edades pasan parte de su tiempo, realizando gran número de actividades diferentes (por casi todas ellas, todo sea dicho, han de pagar). De esta forma, en una misma tarde, y en un mismo espacio físico, una persona puede pasear observando escaparates, ir al gimnasio, jugar a los bolos, echar unas partidas en alguna máquina recreativa, lavar la ropa, arreglar prendas de vestir, ir al cine (pudiendo elegir entre varias películas diferentes), comer una hamburguesa en un establecimiento de comida rápida, etc. Así,

“la nueva configuración y estructuración del tiempo libre alrededor de “la industria del ocio” (o por decir mejor de “las industrias del ocio”), constituye un fenómeno que afecta a la sociedad en su conjunto. La globalización genera individualismo, sentimientos de fragilidad e incertidumbre en los ciudadanos de las sociedades occidentales. Esta situación hace que se tienda a adoptar actitudes cercanas al *presentismo* (vivir al día, dada la dificultad de proyectarse en el futuro), el pragmatismo y el hedonismo. Los nuevos estilos de vida crean una nueva forma de distribuir el tiempo libre, interviniendo y distribuyendo los espacios (y los tiempos) al antojo de sus *necesidades*. Los

grandes centros comerciales constituyen el paradigma de esta realidad; son enormes espacios diseñados para el consumo de productos en los que se presenta una variada oferta lúdica e incluso cultural”.

J. Rodríguez Suárez, E. Agulló Tomás y M. S. Agulló Tomás (2003).

Resumen

En el presente capítulo se han analizado los conceptos básicos de producción y consumo, incluyéndolos como las dos caras de todo proceso económico, que se inicia con la producción y concluye con el consumo. En este contexto, los ciudadanos son, al mismo tiempo, productores y consumidores: productores en el trabajo y consumidores durante su tiempo libre. Mediante su trabajo, producen bienes y servicios, recibiendo a cambio dinero con el que consumir esos y otros productos. La forma de consumir actual tiende hacia lo que se conoce como *consumo a la carta*, que deja atrás el consumo masivo de productos homogéneos, para centrarse en la demanda individualizada. La producción a la carta desarrollará, pues, una mayor variedad de productos para dar respuesta a estas demandas.

Hemos visto cómo se han ido desarrollando las sociedades occidentales, desde los primeros pasos de la industrialización, que tienen lugar en el siglo XVIII, hasta su actual configuración, en la que la producción y el consumo se constituyen como sus ejes fundamentales. Así, las sociedades contemporáneas occidentales se caracterizan por un desarrollo imparable de las nuevas tecnologías y por un proceso de globalización de los mercados, donde las decisiones las toman las grandes firmas multinacionales antes que los países. Las tecnologías de la información y la comunicación se manifiestan como el soporte material del nuevo paradigma productivo. Esta situación tecnoglobal ha sido decisiva a la hora de conformar los nuevos sistemas productivos. Pero la tecnología tiene influencia también sobre los procesos sociales, desarrollándose a través de lo social, es decir, reorganizando no sólo la forma de producir, sino, al mismo tiempo, la forma de trabajar. De esta manera, dentro del marco de la globalización de la producción, los procesos de racionalización del trabajo van dando lugar a nuevas formas de organización productiva tendentes hacia la flexibilidad y la descentralización productivas, en torno a las cuales aparecen formas precarias de empleo y una desregulación de la mano de obra.

La nueva configuración de las sociedades avanzadas ha influido e influye en las creencias, hábitos y pautas de las personas que las habitan, que se han ido transformando en los últimos años, configurando la proliferación de nuevos estilos de vida relacionados con el consumo.